

*Simona Lembi*

## **Provincia territorio di cultura**

---

*Le ragioni dell'investimento pubblico in ‘cultura’, “nella nostra parte più autentica, nei nostri valori, nell’identità che più ci appartiene”, in qualcosa “che ci offre qualche strumento per renderci persone autonome e cittadini e cittadine liberi” a dieci anni dall’arrivo dell’iniziativa “Invito in Provincia” – ma anche nel pieno di una ‘rivoluzione informatica’ che sembrerebbe togliere attrattività a consumi culturali considerati ‘tradizionali’, e che al contrario si rivela capace di offrire nuove e ulteriori possibilità di scelta per un ‘pubblico’ che appare via via più consapevole, selettivo, qualitativamente esigente. Una stagione che pone nuove sfide anche all’operatore pubblico, chiamato a fornire nuove ‘infrastrutture’ modellate su esigenze che finora non hanno trovato risposta, sino ad arrivare a concepire l’evento culturale come vero e proprio ‘servizio’ fornito all’utenza, a partire da una più articolata conoscenza dei contenuti e dell’intensità del suo bisogno di ‘consumare cultura’. Un ‘bisogno’ le cui dimensioni e la cui maturità sono particolarmente elevati nel contesto bolognese, costituendo, anche per gli operatori privati, un’opportunità non sempre pienamente riconosciuta.*

---

*Invito in Provincia compie dieci anni!*

*Invito in Provincia* è un’iniziativa diversa dalle altre e diversa dal comune. Molte iniziative a Bologna e in provincia sono un insieme eterogeneo di eventi culturali. Non è il caso di *Invito in Provincia* che invece racconta, mensilmente, tanto della cultura promossa nel nostro territorio.

Tanto, ma non tutto, perché *Invito in Provincia* non è semplicemente un cartellone di piccoli o grandi eventi culturali, ma il centro di una rete che abbiamo, insieme, costruito. Di cui tutti siamo protagonisti.

*Invito in Provincia*, infatti, non racconta né le scelte dei singoli Comuni, né quelle della Provincia, ma descrive un patto, che annualmente gli Enti pubblici (Provincia e Comuni) e i privati (fondazioni, aziende, cooperative) scelgono di sottoscrivere con un obiettivo comune: *promuovere la rete culturale del nostro territorio*.

E’ una rete ampia, composta dalla Provincia di Bologna, da 59 Comuni, da quattro Quartieri del Comune di Bologna, da tre Comunità montane, da Quattro Parchi, per un totale di circa 600 eventi all’anno.

In molte parti d’Italia questo livello è difficilmente raggiungibile; in tanti vorrebbero un’offerta culturale di questo tenore, nonostante la stessa sia poi spesso vista come un extra rispetto ad un territorio già ricco, con infrastrutture, con un terziario che compete con altri Paesi europei, con un’antica università. Un posto, quindi, dove si vive bene e in cui ci si può concedere il lusso di

*Simona Lembi*

spendere soldi in cultura. La conseguenza di questo pensiero è che, in momenti di crisi, per molti questo lusso può essere tagliato, ridimensionato, ridotto, perché superfluo rispetto a tante scelte ritenute più importanti.

Non la penso così. Sostengo da tempo che scegliere di investire in cultura significhi credere nella nostra parte più autentica, nei nostri valori, nell'identità che più ci appartiene, nella nostra dimensione pubblica, in qualcosa che non sempre riusciamo a misurare e neppure a definire, ma che ci offre qualche strumento per renderci persone autonome e cittadini e cittadine liberi.

Per queste ragioni abbiamo scelto di promuovere una giornata di confronto per:

- raccontare questa rete a coloro i quali non la conoscono;
- analizzare i suoi sviluppi nel corso di questi dieci anni;
- capire quali novità si prospettano sul territorio (e capire anche se sono condivise);
- chiamare a raccolta chi, nel pubblico e nel privato, tra le associazioni e i singoli, ha voglia di sostenere questo progetto.

*Invito in Provincia* è cambiato molto in questi dieci anni, così come tanti sono stati i cambiamenti avvenuti nel nostro territorio.

Dieci anni fa non avevamo l'Euro;

Dieci anni fa Internet era uno strumento elitario;

Dieci anni fa c'erano ancora le cabine telefoniche e non esistevano i voli *low cost*.

Ognuno di noi può ricordare un esempio diverso. In ogni caso, probabilmente giungeremmo alla stessa conclusione e, cioè, che nell'arco di un tempo relativamente breve è successo qualcosa di straordinariamente ampio e allo stesso tempo veloce.

Le cosiddette nuove tecnologie, che oggi poi tanto nuove non sono più, ci hanno cambiato la vita.

Dieci anni fa un bolognese su quattro aveva un indirizzo di posta elettronica e iniziava a navigare in Internet, usava vhs e poco più. Oggi un abitante su due, da noi, utilizza Internet e lo fa non solo per svago, ma per reperire informazioni, leggere i quotidiani, acquistare cose.

Questo abitante ha abbandonato il vhs e utilizza cd, dvd; ogni cinque telespettatori c'è un abbonato ad una pay per view.

Non è questa la sede per discutere se sia positivo o negativo l'utilizzo di tanta tecnologia rispetto a quello che Fausto Anderlini chiama 'l'accumulo di capitale sociale'.

### *Comportamenti di consumo culturale*

Il punto è un altro e, cioè, che nessuna ricerca ci ha detto che questi nuovi mezzi hanno rinchiuso le persone in casa. Anzi, i consumi culturali del territorio non sono diminuiti. Semmai il contrario, perché rispetto a dieci anni fa leggiamo un po' meno libri, ma continuamo ad andare in biblioteca, a vedere mostre, a fare vacanze culturali, andiamo addirittura un po' più a teatro. Purtroppo la nostra (Enti pubblici) capacità di comunicare le politiche culturali non è andata di pari passo con quella dell'utenza di reperire informazioni.

Io credo (e ritengo questo un primo punto di confronto) che la rivoluzione informatica di cui parlavo si traduca, ad esempio, nell'opportunità per noi di scegliere, per primi, mezzi diversi per raggiungere i cittadini.

Molti Comuni lo avranno notato: di recente non abbiamo aumentato la cifra da assegnare ai teatri per migliorare il cartellone o le produzioni teatrali bolognesi, ma abbiamo incrementato la dotazione delle biglietterie elettroniche nei nostri teatri di Zola Predosa, Pieve di Cento, Sasso Marconi, con prospettive positive per Porretta Terme e Crespellano. Sarà più facile quindi reperire informazioni sugli spettacoli, ma anche sul luogo in cui si è scelto di andare, fino all'acquisto on line del biglietto. L'obiettivo è duplice: facilitare l'accesso al teatro per chi già frequenta le sale del territorio e invogliare chi il teatro non lo frequenta affatto. Chiunque, da Marzabotto a Gaggio Montano, da Imola a Bazzano, da Budrio a Molinella, potrà acquistare un biglietto on line per uno degli spettacoli previsti nei 51 luoghi dedicati al teatro nel territorio senza spostarsi da casa o, in mancanza di Internet, recandosi nella più vicina biglietteria elettronica: [www.teatrinvito.it](http://www.teatrinvito.it) è il sito che promuove questo lavoro, che abbiamo realizzato insieme a Charta.

Questi sono solo due esempi. Più in generale, noi siamo nella stessa condizione di chi si occupa di infrastrutture. Se le creiamo possiamo permettere a tutti (a noi, ai Comuni, soprattutto agli utenti) di utilizzarle; se non lo facciamo invece non abbiamo dato la possibilità a noi, ai Comuni, agli utenti, di praticare quella rete. In pratica, non abbiamo fatto il nostro lavoro. Ci precludiamo fin da subito un pubblico potenziale che in altri modi non raggiungeremmo mai. Il nostro obiettivo, quindi, non è solo quello di mantenere questi livelli ma di incrementarli.

Il secondo punto che vorrei trattare riguarda il pubblico, rispetto al quale vorrei indicare alcuni dati. Su dieci bolognesi, sei consumano eventi in continuazione. Per lo più sono donne. Spesso sotto ai trent'anni. Ma anche quando crescono e mettono su famiglia continuano a consumare cultura. Magari meno libri, meno teatro, sicuramente tutto ciò che riescono a conciliare con i figli e la famiglia (dvd, Internet, altro ancora), ma non cessano di consu-

*Simona Lembi*

mare cultura. Mi chiedo se non sia ora per i teatri, per i cinema, per i musei, di andare incontro a questa tipologia di consumatori, a queste eccellenze, a coloro che sono il ceto più dinamico della società bolognese e che consumano, spendono tanto in cultura.

Possiamo cominciare a strutturare davvero i nostri eventi come veri e propri servizi e non solo come svago? Dieci anni fa gli sportelli comunali, postali, le banche erano strutturati sapendo che nelle famiglie qualcuno usciva per andare in ufficio, qualcun altro poteva modulare la propria giornata inserendo anche il pagamento della bolletta, la spesa al supermercato o il passaggio in banca. Oggi, qualcosa (anche se ancora poco) è cambiato. Possiamo cominciare a pensare ad orari diversi per gli eventi culturali o magari a fornire servizi accanto agli spettacoli. Quando si va ad acquistare all'Ikea si possono lasciare i bambini a giocare con altri bambini. Non è possibile promuovere un servizio simile anche nei nostri teatri?

Dei famosi dieci bolognesi a cui accennavo prima, se i primi sei sono bulimici di cultura, gli altri quattro non sanno neppure che cosa sia. Per lo più sono donne, spesso con più di 60 anni.

E' una fascia che non dobbiamo dimenticare.

In ogni caso, più complessivamente, possiamo vedere che cosa è cambiato dentro *Invito in Provincia*.

Dieci anni fa il nostro cartellone raccoglieva alcune delle proposte culturali di una ventina di Comuni, poi, col tempo, ha cominciato a delineare le direttive culturali della Provincia. Qualcuno le chiama vocazioni, anche se io non credo che siamo ancora in questa fase. La musica di *Corti, chiese e cortili* lungo la Bazzanese, da Casalecchio fino a Modena (esclusa), il teatro della *Ca' Rossa* e la musica di Kaleidos in *Favolando* per le valli lungo l'Appennino bolognese, la rassegna *Acqua di terra, terra di luna*, nell'imolese. Più recentemente, *Tre teatri per te*, che racconta della rinnovata tradizione dei teatri storici della pianura. *Crinali*, sempre sull'Appennino, con Porretta, Vergato e Marzabotto, *Borgi e frazioni in musica, Notti di luce a Monte Sole, Contro natura* di Cantharide a Zola Predosa e, ovviamente, le *Ariette* lungo la Bazzanese e *Tracce* nella zona Reno Galliera, esperienze che presentiamo oggi.

Questa mappa in dieci anni è cambiata. e nel nuovo mandato abbiamo iniziato a renderne visibili gli sviluppi promuovendo due indirizzi, uno rivolto all'infanzia e l'altro all'arte contemporanea.

Creatività è il progetto più recente nato all'interno dell'assessorato alla Cultura della Provincia di Bologna. Creatività è il cartellone degli eventi cultu-

rali rivolti ai più piccoli abitanti del nostro territorio. L'abbiamo promosso convinti che nel nostro Paese esista, a dispetto di molta retorica sull'importanza dei primissimi anni dei bambini, un vuoto che riguarda le politiche rivolte all'infanzia.

Noi siamo abituati a pensare che questa fase della vita sia soprattutto da proteggere, da tutelare. Molte leggi in Italia portano questo segno. E non c'è dubbio che sia un impegno da perseguire, perché troppo spesso le cronache ci raccontano di un'infanzia violata.

Ma, se è vero che abbiamo bisogno di tutelare l'infanzia, dobbiamo anche sapere che esiste un altro lato di quella medaglia che riguarda le politiche di valorizzazione e promozione dell'infanzia, da considerare una fase in cui ci si forma e in cui si apprendono gli strumenti per crescere, per affrontare il presente, per diventare cittadini di una comunità e non spettatori passivi del nostro mondo.

Creatività segue questa seconda scelta e ha promosso in questi due anni il lavoro rivolto all'infanzia realizzato dai Comuni del territorio: teatro per ragazzi, letture per i più piccoli, presentazione di libri e autori per l'infanzia. Siamo orgogliosi di questo, come pure di vivere nella città che ospita la Fiera del libro per ragazzi, che ha aperto i primi asili nido pubblici negli anni '60 e la cui università ha istituito per prima, in Italia, una cattedra di Letteratura per l'infanzia.

Allo stesso modo, abbiamo scelto di valorizzare molti talenti giovanili con un progetto di promozione dell'arte contemporanea "StradeBluArte", che ha unito giovani fotografi, tecnici, pubblicisti, desiderosi di promuovere l'arte contemporanea non solo nei canonici centri del sapere, ma anche nelle zone più periferiche e decentrate.

Il punto è proprio questo: si è discusso in questa città se fosse utile promuovere grandi eventi sul territorio. A chi non piacciono le grandi iniziative? Tuttavia, da questo osservatorio non mi stancherò mai di sostenere una rete diffusa di eventi. Potremmo fare anche altre scelte: per esempio unire tutte le nostre risorse finanziarie in un unico budget, chiamare il Fiorello di turno e chiedergli di fare alcuni, pochi, ma diffusi spettacoli nei nostri Comuni. Nell'immediato, probabilmente, finiremmo su tutte le cronache nazionali e, forse, ci divertiremmo anche molto.

Ma, passata la sbornia, cosa rimarrebbe sul territorio?

Rivendico la scelta di non ingessare bilanci di per sé esigui su eventi unici per la ragione molto semplice che non può essere compito della politica aumentare le disuguaglianze che le nostre nascite di per sé comportano.

Noi, semmai, dobbiamo fare il contrario.

*Simona Lembi*

Andare a teatro, al cinema, in biblioteca, in un museo non comporta per tutti lo stesso investimento. Per un abitante di Monzuno, fare l'università non ha lo stesso valore che ha per un abitante di Bologna.

E, se vogliamo una società dinamica, capace di innovare e, soprattutto, di rispondere ai grandi cambiamenti epocali del nostro tempo non possiamo continuare a ridurre le nostre scelte, riconducendole ad un'unica soluzione culturale: pensiamo solo al fenomeno delle migliaia di persone che annualmente scelgono di abitare in provincia di Bologna, ma che qui non sono nate e che vengono da Roma, da Londra, da Tunisi, per non parlare del Bangladesh e così via.

La ricerca ci dice che, dal 1945 ad oggi, la probabilità di un/a abitante di Bologna di modificare lo status sociale o scolastico di provenienza è rimasta pressoché invariata nel corso del tempo.

E' proprio per queste ragioni che abbiamo scelto di investire di più su tutte quelle esperienze, magari anche pensate sotto le Due Torri, ma che hanno ricadute effettive sul territorio della provincia di Bologna:

- abbiamo proseguito un impegno già assunto dall'Ente di coinvolgere il pubblico del suburbio (come lo chiama Anderlini) e di mettere a disposizione pullman gratuiti per venire a Bologna ad assistere ai concerti di Musica Insieme, svolti al Manzoni;

- abbiamo innovato questa scelta chiedendo all'orchestra Mozart di svolgere concerti nei teatri (anche piccolissimi) della provincia: Budrio, Imola.

Non possiamo forzare nessuno ad andare a teatro o a leggere libri, ma possiamo agevolare le persone e facilitare questa scelta.

Eventi diffusi, quindi, ma anche diversi. Eventi che guardano alle diverse sensibilità, provenienze geografiche, culturali.

Arrivo al terzo e ultimo punto di discussione: i finanziamenti alla cultura.

Dieci anni fa *Invito in Provincia* era sostenuto economicamente per un terzo dalla Provincia, per un terzo dai Comuni, per un terzo dai privati - Fondazioni in testa.

Oggi *Invito in Provincia* è sostenuto per il 55% da privati e per il restante 45% dai Comuni, dalla Provincia e dalla Regione Emilia Romagna. Se queste sono le percentuali, è bene sottolineare che tutti, complessivamente, abbiamo investito meno: chi per oggettivi ridimensionamenti delle proprie capacità di spesa (è il caso della Provincia e dei Comuni), chi perché ha scelto di mettere le proprie risorse in altri settori.

Una rete così strutturata (60 Comuni – 600 eventi all'anno), oggi può al massimo mantenere l'esistente, ma non è in grado di compiere alcuna azione innovativa e per questo rischia di scomparire. Il problema principale è che non siamo

più nelle condizioni di garantire ulteriori investimenti pubblici, ma abbiamo invece sempre più bisogno di stringere un patto coi tanti cittadini bolognesi e, soprattutto, col privato per investire in cultura.

Per noi, che privati non siamo, esistono vantaggi a medio lungo termine. Sostengo, da tempo, che i finanziamenti dei privati non vadano intesi sotto una qualche forma di mecenatismo o di “elemosina”, ma come quelle pratiche chiamate di *responsabilità sociale*. Io azienda scelgo di investire su questo territorio e non su altri perché qui trovo condizioni che altrove non incontro: una ricchezza fatta di strade, infrastrutture, coesione sociale, benessere, che mi permette di produrre e di vendere bene il mio prodotto. Scelgo, quindi, responsabilmente - perché faccio parte di un territorio - di ridare sotto varie forme (per esempio in investimenti culturali) a quel territorio parte della ricchezza che ho “gratuitamente” trovato.

Dicevo, però, che noi non siamo privati, per cui forse occorre aggiungere qualcosa.

Dal punto di vista di chi investe, Bologna non è un territorio come gli altri. Se è vero che i privati per investire devono riuscire a sfruttare le peculiarità del territorio, è anche vero che a Bologna sanno di poter puntare sulla cultura, perché *a Bologna la cultura vende*. Non si tratta di qualcosa di estemporaneo (o molto recente), come le infinite mostre di Manet o Monet a Brescia, ma di qualcosa che si è strutturato nel tempo, qualcosa che fa parte di noi.

Il posto in cui viviamo è un mercato culturale eccezionale. Per dare un’idea:

- questa è la città in cui (“Il Sole 24 Ore” ce lo dice) si acquistano più libri;
- esiste uno degli indici più alti sul territorio nazionale di presenza di sale cinematografiche e di teatri;
- siamo secondi solo alla Lombardia per consumo culturale;
- ospitiamo, insieme a poche altre città, il maggior numero di produzioni;
- esiste un pubblico disposto a muoversi, a ricercare le eccellenze, eccezionalmente ricettivo sugli eventi culturali.

Questa è una cosa che spesso sfugge agli imprenditori che non sono radicati in questo territorio. Non si rendono conto di quanto sia vasto questo pubblico, di quanto le persone siano disposte a spendere soldi, tempo, scelte personali per consumare cultura.

Un esempio che dà l’idea del potenziale di questa città sono le iniziative spontanee che diventano “industrie”: Link, Teatro Polivalente Occupato, Salara, Made in bo.

Piccole iniziative che assumono una rilevanza nazionale.

*Simona Lembi*

Ci sarà un motivo per cui MTV sceglie di fare qui - e non altrove - l'MTV Day? Perché la Fiera del libro per ragazzi si svolge qui? Come mai Arte fiera nasce sul nostro territorio? Perché il Future Film Festival sceglie di radicarsi sotto le Due Torri?

Quello che voglio sostenere è che per un'impresa privata è una grande fortuna stare su un territorio dove c'è un consumo culturale anormale rispetto al territorio nazionale. Qui non c'è bisogno di possedere una tv nazionale per diventare conosciuti.

Noi non chiediamo ai privati di investire solo in cultura ma nell'ottica della responsabilità d'impresa.

Quello che intendo dire ai privati è che ognuno può produrre la propria, singola, iniziativa, ma che è preferibile e conveniente investire insieme alle amministrazioni pubbliche, perché l'Ente pubblico garantisce la rete, la qualità dell'evento, la sua diffusione.

Certo, poi esiste un problema di possibilità di defiscalizzare un investimento come questo, ma prima ancora che pratico, il problema dell'insufficienza degli investimenti privati in cultura è un problema culturale.

Vorrei fare un esempio, citando i dati del Premio Impresa. Il Premio viene assegnato alle piccole e grandi imprese che investono in cultura e che, così facendo, sanno di potersi posizionare e distinguere meglio all'interno del mercato. In Italia, fin dagli anni '80, è possibile detrarre fiscalmente tali investimenti (con la legge 512 del 1982 e la legge 163 del 1985), ma il salto di qualità arriva nel 1990, quando la legge 342 introduce la totale deducibilità dal reddito d'impresa delle erogazioni liberali a oggetti che svolgono compiti istituzionali nei settori dei beni culturali e dello spettacolo.

Nel 2005, su 193 imprese candidate, solo 89 affermarono di conoscere questa legge. Di queste, appena 16 hanno dichiarato di averla applicata!

Il problema è, quindi, duplice: relativo alla nostra capacità di migliore e maggiore informazione, ma anche alla scarsissima attenzione al sostegno alla cultura che il nostro privato ha.

Sempre in merito alla fiscalità, credo sia bene che questo Governo affronti il tema dell'Iva sui prodotti culturali, a partire dalla musica. Oggi, mentre i libri hanno un'Iva al 4%, i cd, i supporti fonografici, complessivamente sono al 19%. Nessuno di noi ha intenzione di discutere sul maggiore o minore vantaggio, dal punto di vista culturale, di avere un Iva più bassa su un libro di Alberto Bevilacqua e una più alta su un cd di Beethoven! Il punto è un altro e, cioè, sta nello sforzo di capire che la cultura è vasta e che la sua diffusione non è basata solo su supporto cartaceo.

### *Comportamenti di consumo culturale*

Ovviamente le pratiche del governo centrale non vanno distinte da quelle dei governi locali. Quello che vorrei dire agli assessori è di non sottovallutare la fatica del proprio lavoro che non sempre è riconosciuta come merita. D'altra parte, è piuttosto complicato definire che cosa sia cultura.

Cultura non ha a che fare col welfare state, eppure rappresenta un servizio come altri che ci aiutano a misurare il benessere delle comunità in cui operiamo. Non ha a che fare direttamente con l'economia, eppure la cultura ha sempre più un indotto economico rilevante.

Non solo, ha un valore strategico anche rispetto alla nostra economia per una ragione semplice: i beni culturali non sono esportabili.

In un mondo in cui quotidianamente facciamo i conti con oggetti pensati in un Paese, ma prodotti in un altro, le cui risorse finanziarie sono in un altro Paese ancora, investire in cultura ha il sapore della scelta in qualcosa di unico.

Il Colosseo, Piazza San Marco, l'Archiginnasio, la Torre di Pisa si trovano sul nostro territorio e non sono esportabili.

Possiamo far fabbricare scarpe, abiti, persino cibo in altri Paesi, ma non i beni culturali.

Questo è il motivo per cui sostengo da tempo un'alleanza col turismo ancora oggi debole per le nostre potenzialità.

Per investire in cultura abbiamo bisogno di strumenti, di competenze e non possiamo lasciare solo alla tradizione o, peggio, al caso il nostro operato.

Su questi tre punti mi piacerebbe riuscissimo a confrontarci oggi a partire dai dati presentati in questo numero di Metronomie.

Per concludere: che si fa quando ci sono periodi difficili come quello che sta attraversando il nostro Paese dal punto di vista economico?

Si sfruttano le proprie peculiarità, i propri punti di forza, ciò che gli altri non hanno. Quando non puoi espandersi, occorre scommettere su qualcosa che non è in crisi o che lo è meno di altri. Dove è la nostra eccellenza? Qual'è la parte mezza piena del nostro bicchiere? Tutti i dati ci dicono che i nostri punti di forza sono nella cultura. È l'effetto dell'essere una città di passaggio, dell'avere la più antica università del mondo, il fatto che la nostra città sia insieme un nodo geografico, politico e culturale.

Non c'è dubbio che nel nostro lavoro dobbiamo essere in grado di rischiare per conquistare ciò che non abbiamo, ma possiamo anche recuperare ciò che abbiamo in parte perso.

Ma prima di tutto, sarebbe stupido sprecare ciò che invece abbiamo sempre avuto, trascurare quello che è sempre stata la nostra forza.